

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh media sosial Instagram (X1) dan *word of mouth* (X2) terhadap keputusan berkunjung (Y). Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Dalam penelitian penulis menganalisis hasil penelitian menggunakan bantuan program IBM Statistics 26.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dilanjutkan dengan olah data menggunakan SPSS kemudian dianalisis. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan sesuai data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Hasil analisis uji T yang telah dilakukan, dimensi media sosial Instagram memiliki nilai t sebesar 3.611, maka  $3.611 > 1.9847$  dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Berdasarkan angka diatas dapat dilihat bahwa media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusana berkunjung. Dimensi *word of mouth* memiliki nilai t  $-0.183 < 1.9847$  dengan nilai signifikan  $0.856 > 0.05$ . Dari angka diatas dapat dilihat bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Dari hasil analisis uji T, diketahui dimensi yang paling dominan pengaruh terhadap keputusan berkunjung adalah media sosial Instagram. Hal ini dikarenakan media sosial Instagram memiliki nilai t hitung paling besar positif (3.611)

dibandingkan dimensi *word of mouth*. Berdasarkan hasil tersebut maka Ha<sub>2</sub> yang berbunyi “Diduga media sosial Instagram yang paling berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Gembira Loka Zoo” diterima. Kemudian hasil analisis uji F yang telah dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar  $6.577 > f_{tabel} 3.09$  dengan nilai signifikan  $0.002 < 0.050$ . berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi media sosial Instagram dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan berkunjung. Hasil uji F membuktikan bahwa Ha<sub>1</sub> yang berbunyi “diduga media sosial instagram dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Gembira Loka Zoo”. Diterima

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan membuktikan bahwa media sosial Instagram berpengaruh paling besar terhadap keputusan berkunjung, dari hasil tersebut diharapkan pengelola dapat memanfaatkan peluang ini dengan sangat baik dan dapat memanfaatkan @glzoo2021 sebagai media promosi dengan memperhatikan konten-konten yang disajikan. Konten-konten dapat berupa foto dan video yang diunggah dalam *feed*. Unggahan juga disertai dengan *caption* mengajak atau memberikan informasi mengenai Gembira Loka Zoo sehingga wisatawan merasa tertarik untuk melihat dan membaca serta berkunjung ke Gembira Loka Zoo.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan media sosial Instagram dan *word of mouth* sebagai objek penelitian, diharapkan untuk penelitian selanjutnya

peneliti dapat menggunakan media sosial yang berbeda untuk menganalisis dampak media sosial tersebut dimasyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Burhan, Bungin. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana: Jakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta. Andi.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Peter, J.Paul dan Jerry C.Olson. 2000. *Customer Behaviour. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga
- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- Santosa. 2018. *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya. 2012. *Understanding Social Media*. London. Ventus Publishing ApS.
- Undang – Undang Nomor 9 Tahun 2009 *Tentang Kepariwisataan*
- Wenats, AG Eka dkk. 2012. *Integreted Marketing Communications : Komunikasi Pemasaran di Indonesia*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

### **Skripsi dan Jurnal**

- A. Rizki, Maharani. (2017). *Pengaruh terpaan media sosial instagram terhadap citra destinasi dan dampaknya pada keputusan berkunjung wisatawan kampung warna warni jodipan, kota Malang*. Jurnal administrasi bisnis, 13(1), 49-51.

Diakses pada 02 Februari 2020 “Setyorini”, 2018” Pengaruh promosi melalui media sosial, *word of mouth*, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan obyek wisata Beruk Karangpatihan Balong” by Anis Setyorini.

Diakses pada 02 Februari 2020, Agustus 2018. Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan di Taman Geopark Kabupaten Merangin” by Ade Titi Nifita.

Diakses pada 02 Februari 2020, oktober 2016. Pengaruh *Social media* terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke DKI Jakarta” bt Debby Laura Tambunan.

Diakses pada 03 Februari 2020, Juni 2018. “Pengaruh Electronic *Word of Mouth* di media sosial Instagram terhadap keputusan berkunjung ke Wisata bukit Rhema Magelang” by Maria Agustin Putri.

Diakses pada 22 Februari 2020, Juli 2020. “*Pengaruh electronic word of mouth pada media sosial Instagram terhadap keputusan berkunjung ke Wisata Goa Soekarno Pasongsongan*” by Luluk Kurnia Shaumi.

Diakses pada 22 Februari 2020, Oktober 2016. “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Kebun Binatang Gembira Loka (Gembira Loka Zoo) Yogyakarta” by Retno Indrawati.

Hasan, A., & Setiyaningtiyas,N. M. (2015). *Pengaruh electronic Word of Mouth pada media sosial Facebook terhadap Keputusan berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul*. Media Wisata,13(1)

Nugraha, Marza Riyandika. 2013. *Analisa Pengaruh Electronic Word of Mouth, Argument Quality, Message Source Credibility Terhadap Brand Image dan Dampaknya Pada Purchase Intention*. Jakarta: Binus University

Paramitha, Cindy Rizal Putri, 2011. “*Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*”. Thesis.Ekonomi S-1, Fakultas Ekono

Universitas Diponegoro.

Sari, Virantika Mustika 2012. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak)*. Jakarta : FISIP UI

Internet

Website Gembira Loka Zoo <https://gembiralokazoo.com/>

# **LAMPIRAN**

## Lampiran 1 surat ijin penelitian



**YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : [www.ampta.ac.id](http://www.ampta.ac.id) Email : [info@ampta.ac.id](mailto:info@ampta.ac.id), [ampta@yahoo.co.id](mailto:ampta@yahoo.co.id)

Nomor : 559/Q.AMPTA/IV/2021

Yogyakarta, 14 April 2021

Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth.  
Pengelola Gembira Loka Zoo  
Jl. Kebun Raya No. 2 Rejowinangun Kec. Kota Gede  
Kota Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan melaksanakan penelitian di Gembira Loka Zoo dari tanggal 19 April – 18 Mei 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Strata 1 Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Yoslia Mayanti Sirait  
No. Mahasiswa : 517100841  
Semester : 8 (Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian untuk mendapatkan data Penelitian untuk membuat skripsi.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.



Tembusan:  
-File

## Lampiran 2 Surat balasan penelitian



### **SURAT KETERANGAN**

Nomor :402-2106-038

Yang bertandatangan dibawah ini, atas nama Departemen Konservasi Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta menerangkan:

Nama	:	Yoslia Mayanti Sirait
Nomor Induk Siswa	:	517100841
Semester	:	8 (Delapan)
Jurusan	:	Strata 1 Pariwisata
Perguruan Tinggi	:	Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Bahwa mahasiswa tersebut di atas telah melaksanakan penelitian untuk membuat skripsi dengan judul "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Gembira Loka Zoo" di Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta dari tanggal 04-15 Mei 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 06 Juni 2021



**Josephine Vanda Tirtayani, MA**

Manajer Konservasi

Data Share-4-02

JI. Kebun Raya No. 2 YOGYAKARTA 55171 INDONESIA

Tel. (62-274) 373861 - 374792 Fax. 384666

e-mail : [info@gembiralokazoo.com](mailto:info@gembiralokazoo.com)

<http://www.gembiralokazoo.com>

### Lampiran 3 kesioner

#### KUESIONER PENELITIAN

Hormat saya Yoslia Mayanti Sirait, mahasiswa program S1 Pariwisata STP AMPTA YOGYAKARTA. Sedang melakukan penelitian untuk menuntaskan program studi. Dengan judul penelitian : **“PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GEMBIRA LOKA ZOO”.**

Untuk keperluan tersebut saya memohon Kerjasama kepada Bapak/Ibu, Saudara/saudari sebagai responden dalam penelitian ini.

Yogyakarta, Maret

2021

Yoslia Mayanti Sirait

#### **PROFIL RESPONDEN**

**Berilah tanda [√] pada kolom yang tersedia.**

Nama : .....

Gender : [ ] Pria [ ] Wanita

Usia : [ ] 15 – 20 Tahun [ ] 21 – 30 Tahun

[ ] 31 – 40 Tahun [ ] 41 – 50 Tahun

[ ]  $\geq 51$  tahun

Pendidikan : [ ] SMA/SMK [ ] Diploma

[ ] Sarjana [ ] S2/S3

Pekerjaan : [ ] Karyawan [ ] PNS

[ ] Pelajar/Mahasiswa [ ] Wiraswasta

[ ] lain-lain

Asal kota : [ ] DIY [ ] Luar DIY

#### **Petunjuk pengisian kuesioner :**

**Berilah tanda [ ✓ ] pada kolom yang tersedia sesuai dengan jawaban menurut pendapat anda.**

Keterangan :

Sangat Setuju (SS) 4

Setuju (S) 3

Tidak Setuju (TS) 2

Sangat Tidak Setuju (STS) 1

NO	DAFTAR PERTANYAAN				
	Media Sosial Instagram (X1)	SS	S	TS	STS
1	Gembira Loka Zoo memiliki ciri khas yang tidak dimiliki destinasi wisata lainnya				
2	Melalui Instagram, saya mendapat informasi mengenai Gembira Loka Zoo				
3	Saya mendapatkan informasi mengenai Gembira Loka Zoo dan tertarik mengunjunginya dari <i>follower/following</i> saya.				
4	Menurut saya penyampaian infomasi melalui media sosial instagram adalah alat paling efektif untuk membantu proses promosi Gembira Loka Zoo				
Word of Mouth (X2)					
1	Saya mengetahui Gembira Loka Zoo melalui rekomendasi orang lain				
2	Saya dapat merasakan bahwa penyampaian infomasi dari orang ke orang/ <i>Word of Mouth</i> adalah alat paling efektif untuk membantu proses promosi Gembira Loka Zoo				
3	Gambaran Gembira Loka Zoo melalui mulut ke mulut ( <i>Word of Mouth</i> ) sesuai dengan harapan saya				

	Keputusan Berkunjung (Y)	SS	S	TS	STS
1	Saya berkunjung ke Gembira Loka Zoo karena saya percaya daya Tarik yang ditawarkan sesuai bagi saya				
2	Sebelum berkunjung saya mencari informasi melalui akun media sosial Gembira Loka Zoo				
3	Saya tertarik berkunjung setelah melihat unggahan foto pada akun media sosial Gembira Loka Zoo				
4	Saya memilih berkunjung ke Gembira Loka Zoo setelah membandingkan berbagai informasi destinasi wisata sejenis.				
5	Jika ada waktu dan kesempatan saya ingin berkunjung Kembali ke Gembira Loka Zoo				

#### Lampiran 4 Gambar kegiatan penelitian



## Lampiran 5 Lembar bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN			
			
<b>NAMA MAHASISWA:</b> YOSILIA MAYANTI SIRAIT NO. MAHASISWA : 511100841 <b>JUDUL PENELITIAN :</b> PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSASAN BERKINJURNAL WISATAWAN MUSEUM DIRAGANTERNA MANDALA			
<b>NAMA PEMBIMBING I:</b> DRS. PRIMAATNO, MM			
<b>NAMA PEMBIMBING II:</b> YUDI SETIAJI, SH, MM			
NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	22/2/2017	Materi diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
2	22/2/2017	Yg di tulis ini	<input checked="" type="checkbox"/>
3	22/2/2017	yg kemarin diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
4	22/2/2017	di ① permasalahan	<input checked="" type="checkbox"/>
5	22/2/2017	yg di penyelesaikan	<input checked="" type="checkbox"/>
6	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
7	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
8	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
9	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
10	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
11	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
12	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
13	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
14	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
15	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
16	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
17	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
18	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
19	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
20	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
21	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
22	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
23	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
24	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
25	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
26	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
27	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
28	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
29	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
30	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
31	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
32	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
33	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
34	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
35	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
36	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
37	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
38	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
39	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
40	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
41	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
42	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
43	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
44	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
45	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
46	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
47	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
48	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
49	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
50	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
51	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
52	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
53	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
54	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
55	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
56	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
57	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
58	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
59	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
60	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
61	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
62	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
63	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
64	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
65	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
66	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
67	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
68	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
69	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
70	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
71	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
72	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
73	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
74	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
75	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
76	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
77	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
78	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
79	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
80	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
81	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
82	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
83	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
84	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
85	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
86	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
87	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
88	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
89	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
90	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
91	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
92	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
93	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
94	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
95	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
96	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
97	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
98	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
99	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
100	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
101	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
102	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
103	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
104	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
105	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
106	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
107	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input checked="" type="checkbox"/>
108	22/2/2017	diketahui yg diajukan	<input



## NAMA PEMBIMBING I:

DES. PRIMAATMO, M.Pd

**NAMA MAHASISWA:** YOSIA - MAYANTI SIRAJAT  
**NO. MAHASISWA:** SIT1000941  
**JUDUL PENELITIAN:**

PENGARUH PROBOSISI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN  
 UDZO OF MATH TERHADAP KEBUTUSAN BERKUNJUNG  
 WISATAWAU MUSEUM DIREKTORAT JENDERAL KENDARA

## NAMA PEMBIMBING II:

AUDI SETIAJI, SH, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BERPENGARUH	PARAF
2	9/2/2021	Hipster : → Decade	✓
		Dinner	
		Surfing	
		He - the boyband	
4	7/2/2021	Fragrance	
		Perfume	
		Analise	
3	16/2/2021	Teori Kepuasan	✓
		Survei yang memuaskan	
		Kunang - rasi	
		10/2/2021	
		Ac	



NAMA PEMBIMBING I:

Drs. PRIMAINDRA, M.M

**NAMA MAHASISWA:** YOSUA MAYANTTI RIBANTU  
**NO. MAHASISWA:** SITIHAQ BSY

**JUDUL PENELITIAN:** PENGETAHUAN PROSES PEMERINTAHAN  
 UNTUK MENGETAHUI KEPADA KEGIATAN DILAKUKAN  
 BERKUNJUNG DI SATUAN KERJA DILAKUKAN

NAMA PEMBIMBING II:

KO. SETIAJI, SH, MM  
 Nama: Mayanti Ribantu  
 NIK: 341201000101000  
 Alamat: Jl. Ciputat Timur No. 12  
 RT/RW: 01/01  
 Kelurahan: Ciputat  
 Kecamatan: Ciputat  
 Kabupaten: Bogor  
 Provinsi: Jawa Barat  
 Telp: 021-85555555  
 Email: mayantti@ribantu.com

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	19 adik di pantai		
2	My am y. → Re		
3	Perseilan di laut		
4	kelan yg yg (hal 22)		
5	20/2/2011 bert 15 & 14 menit		
6	Priyo → koi di tadi		
7	Kepindahan →		
8	Buku program yg d		
9	Surah dr. priyo yg		
10	Intensitas suara		
11	Jamur blt yg		
12	disikata dg gelas		
13	Gas yg beras		

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
34			
35			
36			
37			
38			
39			
40			
41			
42			
43			
44			
45			
46			
47			
48			
49			
50			
51			
52			
53			
54			
55			
56			
57			
58			
59			
60			
61			
62			
63			
64			
65			
66			
67			
68			
69			
70			
71			
72			
73			
74			
75			
76			
77			
78			
79			
80			
81			
82			
83			
84			
85			
86			
87			
88			
89			
90			
91			
92			
93			
94			
95			
96			
97			
98			
99			
100			
101			
102			
103			
104			
105			
106			
107			
108			
109			
110			
111			
112			
113			
114			
115			
116			
117			
118			
119			
120			
121			
122			
123			
124			
125			
126			
127			
128			
129			
130			
131			
132			
133			
134			
135			
136			
137			
138			
139			
140			
141			
142			
143			
144			
145			
146			
147			
148			
149			
150			
151			
152			
153			
154			
155			
156			
157			
158			
159			
160			
161			
162			
163			
164			
165			
166			
167			
168			
169			
170			
171			
172			
173			
174			
175			
176			
177			
178			
179			
180			
181			
182			
183			
184			
185			
186			
187			
188			
189			
190			
191			
192			
193			
194			
195			
196			
197			
198			
199			
200			
201			
202			
203			
204			
205			
206			
207			
208			
209			
210			
211			
212			
213			
214			
215			
216			
217			
218			
219			
220			
221			
222			
223			
224			
225			
226			
227			
228			
229			
230			
231			
232			
233			
234			
235			
236			
237			
238			
239			
240			
241			
242			
243			
244			
245			
246			
247			
248			
249			
250			
251			
252			
253			
254			
255			
256			
257			
258			
259			
260			
261			
262			
263			
264			
265			
266			
267			
268			
269			
270			
271			
272			
273			
274			
275			
276			
277			
278			
279			
280			
281			
282			
283			
284			
285			
286			
287			
288			
289			
290			
291			
292			
293			
294			
295			
296			
297			
298			
299			
300			
301			
302			
303			
304			
305			
306			
307			
308			
309			
310			
311			
312			
313			
314			
315			
316			
317			
318			
319			
320			
321			
322			
323			
324			
325			
326			
327			
328			
329			
330			
331			
332			
333			
334			
335			
336			
337			
338			
339			
340			
341			
342			
343			
344			
345			
346			
347			
348			
349			
350			
351			
352			
353			
354			
355			
356			
357			
358			
359			
360			
361			
362			
363			
364			
365			
366			
367			
368			
369			
370			
371			
372			
373			
374			
375			
376			
377			
378			
379			
380			
381			
382			
383			
384			
385			
386			
387			
388			
389			
390			
391			
392			
393			
394			
395			
396			
397			
398			
399			
400			
401			
402			
403			
404			
405			
406			
407			
408		</td	

EDWARD BURKE



MAMA PEMBUNAH :

DRS. PRIMARDO, M.M.

NAMA MAHASISWA  
NO. MAHASISWA  
JUDUL PENELITIAN

YOLIA MAYANTI SLEAT  
S13100841

NO.	TANGGAL	URADAN BIMBINGAN	PARAF
5	27/2/84	Proposed Acc	✓
6	29/2/84	Hon. presentation by Mr. T. Saito Secretary, Cooperation Ministry of Japan (Dr. interim representative) in my room at 2 Janggi-dong Kwangju where I lived during my stay in Kt.	✓
7	28/2/84	Religious Schools Law to me!	✓

LEMBAR SIMBUNGAN



NAMA PEMBIMBING I : DRs. PRAMONO, MM.

NAMA MAHASISWA : YOSIA MAYANTI SIREGART  
NO. MAHASISWA : 51100041  
JUDUL PENELITIAN : PENGAURUAN PEMERINTAH MELALUI MEDIA SOSIAL DAN  
WEBSITE OF PAYOUT TERHADAP KEPERLUAN DAN  
KEBERDIDINGAN WISATAWAN GENERATION Z DI  
TODA SETIAPU, SH, MM

NAMA PEMBIMBING II : TUDI SETIAPU, SH, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
5	26/2/2021	Lodewijk, Roelies di hal 19.	
6	28/2/2021	Pringle, H.C	
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
34			
35			
36			
37			
38			
39			
40			
41			
42			
43			
44			
45			
46			
47			
48			
49			
50			
51			
52			
53			
54			
55			
56			
57			
58			
59			
60			
61			
62			
63			
64			
65			
66			
67			
68			
69			
70			
71			
72			
73			
74			
75			
76			
77			
78			
79			
80			
81			
82			
83			
84			
85			
86			
87			
88			
89			
90			
91			
92			
93			
94			
95			
96			
97			
98			
99			
100			
101			
102			
103			
104			
105			
106			
107			
108			
109			
110			
111			
112			
113			
114			
115			
116			
117			
118			
119			
120			
121			
122			
123			
124			
125			
126			
127			
128			
129			
130			
131			
132			
133			
134			
135			
136			
137			
138			
139			
140			
141			
142			
143			
144			
145			
146			
147			
148			
149			
150			
151			
152			
153			
154			
155			
156			
157			
158			
159			
160			
161			
162			
163			
164			
165			
166			
167			
168			
169			
170			
171			
172			
173			
174			
175			
176			
177			
178			
179			
180			
181			
182			
183			
184			
185			
186			
187			
188			
189			
190			
191			
192			
193			
194			
195			
196			
197			
198			
199			
200			
201			
202			
203			
204			
205			
206			
207			
208			
209			
210			
211			
212			
213			
214			
215			
216			
217			
218			
219			
220			
221			
222			
223			
224			
225			
226			
227			
228			
229			
230			
231			
232			
233			
234			
235			
236			
237			
238			
239			
240			
241			
242			
243			
244			
245			
246			
247			
248			
249			
250			
251			
252			
253			
254			
255			
256			
257			
258			
259			
260			
261			
262			
263			
264			
265			
266			
267			
268			
269			
270			
271			
272			
273			
274			
275			
276			
277			
278			
279			
280			
281			
282			
283			
284			
285			
286			
287			
288			
289			
290			
291			
292			
293			
294			
295			
296			
297			
298			
299			
300			
301			
302			
303			
304			
305			
306			
307			
308			
309			
310			
311			
312			
313			
314			
315			
316			
317			
318			
319			
320			
321			
322			
323			
324			
325			
326			
327			
328			
329			
330			
331			
332			
333			
334			
335			
336			
337			
338			
339			
340			
341			
342			
343			
344			
345			
346			
347			
348			
349			
350			
351			
352			
353			
354			
355			
356			
357			
358			
359			
360			
361			
362			
363			
364			
365			
366			
367			
368			
369			
370			
371			
372			
373			
374			
375			
376			
377			
378			
379			
380			
381			
382			
383			
384			
385			
386			
387			
388			
389			
390			
391			
392			
393			
394			
395			
396			
397			
398			
399			
400			
401			
402			
403			
404			
405			
406			
407			
408			
409			
410			
411			
412			
413			
414			
415			
416			
417			
418			
419			
420			
421			
422			
423			
424			
425			
426			
427			
428			
429			
430			
431			
432			
433			
434			
435			
436			
437			
438			
439			
440			
441			
442			
443			
444			
445			
446			
447	</td		

## Lampiran 6 Tabel SPSS Uji Validitas

**Correlations**

		Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL X1
Q1	Pearson Correlation	1	.315	.519**	.479**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.090	.003	.007	.000
	N	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.315	1	.348	.131	.657**
	Sig. (2-tailed)	.090		.059	.490	.000
	N	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.519**	.348	1	.111	.712**
	Sig. (2-tailed)	.003	.059		.559	.000
	N	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.479**	.131	.111	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.007	.490	.559		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL X1	Pearson Correlation	.807**	.657**	.712**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		Q5	Q6	Q7	TOTAL X2
Q5	Pearson Correlation	1	.352	.317	.736**
	Sig. (2-tailed)		.057	.088	.000
	N	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.352	1	.442*	.775**
	Sig. (2-tailed)	.057		.014	.000
	N	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	.317	.442*	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.088	.014		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL X2	Pearson Correlation	.736**	.775**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations							
		Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	TOTAL Y
Q8	Pearson Correlation	1	.367*	.232	.130	.156	.529**
	Sig. (2-tailed)		.046	.216	.493	.410	.003
	N	30	30	30	30	30	30
Q9	Pearson Correlation	.367*	1	.549**	.078	.186	.665**
	Sig. (2-tailed)	.046		.002	.684	.325	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	.232	.549**	1	.098	.145	.619**
	Sig. (2-tailed)	.216	.002		.605	.444	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Q11	Pearson Correlation	.130	.078	.098	1	.468**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.493	.684	.605		.009	.003
	N	30	30	30	30	30	30
Q12	Pearson Correlation	.156	.186	.145	.468**	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.410	.325	.444	.009		.001
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL Y	Pearson Correlation	.529**	.665**	.619**	.526**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.003	.001	
	N	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 7 Tabel SPSS Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.636	4

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.637	3

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.615	5